



Site “Sensacionalista”: Relação Jornalismo e Humor em uma Perspectiva Semiótica¹

Ana Lígia Corrêa da CONCEIÇÃO²
Adenil Alfeu DOMINGOS³

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, SP

RESUMO: este artigo tem como objetivo traçar uma análise semiótica, a partir das teorias de Peirce, do site “Sensacionalista”. A proposta é verificar como a Semiótica explica a estrutura do site, desde a forma até o conteúdo. É fundamental para a compreensão do teor da publicação o relacionamento entre o humor e o jornalismo. O site será analisado de um aspecto geral, levando em conta suas principais características, como estrutura de postagens e assuntos abordados e serão desenvolvidos alguns estudos de caso. Além disso, o artigo vai tratar o modo como esse site faz a narrativa noticiosa e a maneira como trabalha a questão da interpretação e da simbologia, com seus leitores. A porta de entrada para conquistar seu leitor é atuar na sedução do seu imaginário.

Palavras-Chave: comunicação; jornalismo; semiótica de Peirce; humor.

Introdução

A sociedade pós-moderna nos mostra que o processo de comunicação passa por grandes modificações. Entre elas está a relação do público com as mídias, as novas plataformas de publicação de notícias, como aplicativos específicos para celulares, o que permite a portabilidade da informação, por exemplo. No entanto, a grande mudança se deu na possibilidade de participação do sujeito leitor na produção do conteúdo comunicacional. Sobre essa temática, conforme Henri Jenkins

“A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtos e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que ninguém entende por completo.” (2008)

A internet, principal produto do desenvolvimento tecnológico, foi a ferramenta e o suporte que proporcionou a possibilidade de se postarem informações que circulam em rede e compartilhá-las com diversos outros usuários, o que mudou

¹Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação – 5º semestre do curso de jornalismo da FAAC Unesp, e-mail: ligia.cti@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAAC-Unesp, email: adenil@faac.unesp.br

significativamente o modo de produção de conteúdos. Para Castells, o mundo inteiro abraçou a internet, criando uma verdadeira teia mundial. Esse autor afirma que,

“As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Há, por conseguinte, uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (as forças produtivas). Pela primeira vez na história a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo.” (1999)

Nesse contexto, a presença de sites e blogs ganha visibilidade e cresce cada dia mais. Veículos impressos, televisivos ou radiofônicos, por exemplo, passam a disponibilizar, em seus portais na internet, uma complementação ao conteúdo divulgado nesses meios tradicionais (jornais, programas de rádio e televisão), contando, principalmente, com espaços para blogs de colaboradores. No jornalismo digital, o blog tem papel fundamental, já que possibilita a troca de informações. Para Nardi, Schiano e Gumbrecht, O blog não é um mundo fechado, mas parte de um espaço comunicacional maior no qual vários meios, e comunicação face a face, também podem ser usados. Blogs, portanto, se diferem de diários privados, sendo de natureza totalmente social” (2004)

Além disso, os sites e blogs têm um poder de abrangência muito grande e, quando não estão relacionados diretamente aos meios de comunicação tradicionais, representam uma alternativa ao conteúdo das grandes empresas de comunicação. Desse modo, é inegável a relação entre blog, jornalismo e entretenimento, principalmente pela liberdade maior que se tem nos sites em relação aos veículos impressos.

1. O site sensacionalista

O site “Sensacionalista”⁴ foi criado pelo repórter Nelito Fernandes, na metade do ano de 2009. Ele tem a estrutura de um blog (postagens e comentários). Nelito, que é repórter da revista Época, trabalhou por três anos como redator do programa “Casseta e Planeta”. Em uma entrevista à revista “Monet”, disse que sempre gostou e fez sites de humor, como o chamado “Eu Heim”. Segundo ele, sempre foi fã do site americano “The

⁴ Cf www.sensacionalista.com.br



Onion”⁵ e, demitido do programa Casseta e Planeta, resolveu fazer um site brasileiro que fosse parecido com o “The Onion”. No blog “O jornal do humor”⁶, ele conta como formou a equipe do site “Sensacionalista”, dizendo que, quando começou a desenvolvê-lo, mostrou para o amigo, Marcelo Zorzanelli. Ele gostou do projeto. Após isso, entrou a jornalista Martha Mendonça e, por fim, Marcelo chamou Leonardo Lanna. Equipe formada, o site, que é considerado mídia *fake*, começou a atuar por meio de postagens, misturando humor com jornalismo.

A proposta primordial do site Sensacionalista é usar o humor em notícias fictícias, baseadas ou não na realidade e com pautas que estão sendo comentadas, presentemente, nos diversos veículos midiáticos, desde os tradicionais até os próprios portais de notícias. O principal intuito é fazer com que os internautas e leitores se divirtam e dêem risadas, o que caracterizaria o blog como entretenimento.

Mas, além disso, o site pretende satirizar os jornais considerados “sérios” e mostrar, de uma outra maneira, por meio da estrutura tradicional de notícias (lead, fonte, imagem, entre outros), assuntos que estão na mídia, utilizando o humor como recurso crítico. O humor está presente nas mais diversas atividades humanas e Freud (1895) compara o riso a uma sensação de alívio. O humor é, também, uma maneira de comunicação bem aceita pelos receptores, desde que estes entendam a mensagem. Por isso, Bergson afirma que

“Para compreender o riso, é preciso colocá-lo em seu meio natural, que é a sociedade; é preciso, sobretudo, determinar sua função útil, que é uma função social. Essa será – convém dizer desde já – a idéia diretiva de todas as nossas investigações. O riso deve corresponder a certas exigências da vida em comum. O riso deve ter uma significação social” (2001)

O próprio nome “Sensacionalista” indica uma sátira aos jornais que se utilizam desse recurso e da espetacularização da informação, em suas notícias. O slogan “*um jornal isento de verdade*” faz um trocadilho proposital para confundir os leitores, pois não se sabe se o site é isento verdadeiramente (leva em conta opiniões de fontes diversas, procura contar a realidade dos fatos, etc.) ou, se é isento de conteúdos verdadeiros. Com um conhecimento mais aprofundado, por meio da leitura das

⁵ Cf. <http://www.theonion.com/>. Site de humor dos Estados Unidos com grande número de leitores, que se baseia na paródia e sátira de notícias reais.

⁶ Cf. <http://www.jornaldohumor.com.br/>

notícias/posts, é possível compreender que a segunda versão é a adequada à proposta do site.

Outro ponto importante se refere à identidade visual do site. O nome “Sensacionalista” é utiliza a mesma tipografia do logotipo do “NY Times” e indica, mais uma vez, a sátira aos jornais sérios, como podemos perceber na figura abaixo:

Sensacionalista um jornal isento de verdade

Pode-se observar que a teoria da Semiótica de Peirce referente à terceiridade é aplicada na compreensão do nome, pois, somente com um conhecimento prévio adquirido culturalmente, é possível entender seu significado. Santaella afirma que perceber não é senão traduzir um objeto de percepção em um julgamento de percepção, ou melhor, é interpor uma camada interpretativa entre a consciência e o que é percebido. Sendo assim, compreendendo melhor o site e interpretando os seus seres simbólicos, de acordo com a terceiridade da semiótica norte-americana, o nome e o slogan indicam uma crítica aos jornais tradicionais: por mais que a aparência seja de seriedade e sejam utilizados recursos visuais para que as notícias demonstrem veracidade, muitas vezes, são sensacionalistas em sua essência. O paradoxo criado “jornal isento de verdade” como slogan do mesmo, não deixa de ser uma marca de ironia aos jornais que se dizem produtores de verdades. Para Peirce, a verdade estaria sempre em processo, mesmo quando tratada de modo científico. Os jornais, porém, entendem-se acima da ciência, quando se colocam imparciais e produtores de verdades.

2 - Estrutura do site.

A estrutura desse site “sensacionalista” segue o mesmo modelo da estrutura de sites tradicionais de jornalismo, com espaço destinado aos comentários nas postagens das matérias, espaço para as últimas notícias do dia na página principal e para as notícias destaques no canto direito da página, que são publicadas apenas com as fotos e manchetes. Ou seja, ele é um ícone dos demais jornais clássicos e isso é mais uma marca de ironia do mesmo. Suas cores iconizam as do *NY Times*, usando o preto, branco e o vermelho e a disposição do site torna-se semelhante ao site americano “The Onion”, antes já aqui citado. Suas matérias são divididas em links, igualmente às editorias de site

de jornal impresso já largamente convencionados como habituais, como país, economia, mundo, digital, entretenimento, esporte. A grande diferença está nas editoriais (links) “Eurialto”, “Vídeos”, “No seu site” e a “Na TV”. Na página *home*, são encontradas as “matérias destaques” de cada editoria, as mais lidas, os comentários e, além disso, o site traz uma interatividade entre as redes sociais *Facebook* e *Twitter*, causando um estilo de blog. A questão da interatividade foi um fator fundamental para que o site atingisse uma grande abrangência, pois, na web, a divulgação é feita a imensas audiências interativas. Outrossim, esses sites trazem, como parte de seus conteúdos, avaliações de audiências, como o número de visitantes do mesmo.

Seus textos são curtos, objetivos, com linguagem jornalística e, em geral, possuem apenas uma foto em cada matéria. Elas são, de modo icônico também, baseadas na realidade, o que causa certa confusão em quem está lendo, pois provocam efeitos de real e aparentam ser uma notícia verdadeira, mas sua polissemia faz com que e seu conteúdo ganhe significações inesperadas. No entanto, ele não deixa de trazer o humor como nota dominante das suas informações.

Estudos de caso:

1º) No dia 29 de setembro de 2011, foi publicada uma matéria nesse site e que pode ser considerada como uma das mais comentadas na época. A notícia era de um casal de São Paulo que tinha batizado seu filho de *Facebookson*. O humor é inevitável para quem lê. Na matéria, há um texto médio, entre 1.200 caracteres e uma foto. O leitor desse site sabe que se trata de uma notícia fictícia.



Imagem 1 - Foto matéria "Casal de São Paulo batiza o filho como 'Facebookson' e causa polêmica no mundo"

A Semiótica de Peirce, em termos de semiose, ou seja, da ação dos signos gerando novos signos, pode ser aplicada na observação da fotografia, colocada nessa

matéria, pois, como afirma Santaella, a semiótica peirceana é um método lógico-científico para orientar o raciocínio e logo o leitor percebe a estratégia de ironia subjacente ao signo dado.

“O simples ato de olhar já está carregado de interpretação, visto que é sempre o resultado de uma elaboração cognitiva, fruto de uma mediação sónica que possibilita nossa orientação no espaço por um reconhecimento e assentimento diante das coisas que só o signo permite”. (1992)

De acordo com a primeiridade da Teoria fenomenológica de Peirce, pode-se observar a foto da matéria e não notar que trata de algo fictício, ou seja, ela provoca apenas um aparente efeito de real, que é desfeito após uma leitura em terceiridade, de modo argumentativo. Imediatamente, a pessoa olha para a foto do casal, tendo a mãe segurando em seus braços a criança e o pai, o jornal americano com a manchete “*Facebookson is born*” e, instintivamente, esses signos são falsamente compreendidos, em uma primeira vista; no entanto, uma reflexão mais contundente levam a desfazer a aparente veracidade. Assim, age o site Sensacionalista, provocando inesperadas interpretações, devido à sua aparência de veracidade.

Além disso, uma compreensão e análise do porquê de realizar o humor diante dessa pauta é uma referência à terceiridade de Peirce, que trata da compreensão e da relação com os demais símbolos culturais de nossa sociedade. De fato, o humor trabalhado nas notícias desse site traz críticas mordazes à sociedade atual e propõe uma reflexão, do ponto que o ser humano, demonstrando-lhe como ele está intrinsecamente ligado a estereótipos e, cada vez mais, dependente das mídias sociais, para os relacionamentos com seus pares na sociedade. Isso fica evidente, quando se comete a aberração de se colocar o nome de uma rede social em um filho. Além do mais, isso demonstra a popularização do *facebook* no Brasil.

2º) Toda estrutura, textos e imagens do site Sensacionalista são considerados signos, já que possuem uma relação de incongruência entre o real e o fictício, entre o representante e o representado do mesmo, que necessitam de uma interpretação mais cuidada para que se obtenha a intencionalidade de significação da notícia construída, com a intenção de provocar riso. De acordo com Peirce, em relação aos signos,

“devemos começar por levantar noções diagramáticas dos signos, das quais nós retiramos, numa primeira instância, qualquer referência à mente, e depois que tivermos feito aquelas noções tão distintas como o é a nossa noção de número primitivo, ou a de uma linha oval, podemos então considerar, se for necessário, quais são as características peculiares de um signo mental, e, de fato, podemos dar uma definição matemática de uma mente, no mesmo sentido que podemos dar uma definição matemática de uma linha reta” (in Santaella, 2003).

Feitas essas considerações iniciais, vai se passar a argumentar em um segundo caso que determina a ideologia dominante desse veículo da web de informação ironizada. No dia 24 de Outubro de 2011, foi publicada na seção de Esportes do site em questão, a seguinte manchete: “*Dilma chama Neymar para ser ministro dos Esportes, já que ele não pode cair*”. Essa notícia tem como primeiridade simplesmente ser uma manchete informativa e, por isso, só pode causar a impressão de manchete com veracidade factual. Em secundidade, porém, além de se relacionar essa manchete com outras manchetes e textos jornalísticos, percebe-se uma intrigante incongruência entre o fato em si e a realidade a ser considerada.

Argumentativamente, em terceiridade, já é possível perceber que há, na essência da manchete, uma crítica à política da Presidente Dilma, já que no momento político dessa matéria, esse governo passava por uma crise de queda de seus ministros em seu ministério. Cabe aqui falar, portanto, dos signos colaterais de Peirce que são aqueles que não foram dados no texto, mas que são recuperados pelo leitor, segundo suas experiências de vida: Neymar – famoso jogador de futebol; a situação política do país e a queda de ministros envolvidos em caso de corrupção; o ato de derrubar Neymar para que ele não possa dar continuidade às suas jogadas e derrubar ministros para que eles não continuem praticando seus atos contra o povo.

3 – Ficção X Realidade: Um processo de storytelling

Como já explicitado no decorrer deste artigo, o site “Sensacionalista” se utiliza de uma estrutura jornalística - que preza pela correta apuração dos fatos e divulgação de informações verdadeiras - para contar histórias fictícias, trazendo uma mensagem crítica. Ora, pode-se dizer que a relação ente o real e o fictício está, também, baseada na semiótica já que, por meio dela, seguindo algumas afirmações sobre signo de Peirce, é possível perceber a lógica da própria realidade em seu conteúdo como simulacro do representado. Pois, mesmo em histórias fictícias, deve haver uma lógica para

compreensão dos fatos, daquela verdade que está sendo dita e daquilo que vai além do que se vê em um primeiro plano.

No entanto, mesmo que a lógica seja fundamental, Peirce também apresenta “o pensamento como um sistema de ideias cuja única função é a produção da crença”. Ou seja, ao pensarmos e refletirmos, produzimos uma determinada crença. Se a crença paralisa nossa capacidade de pensar, ela cria um hábito em nossas vidas; se só pensamos quando algo novo nos é apresentado, é possível trazer outra reflexão: as diversas mídias, por mais que estejam presentes nas redes, utilizam *storytelling* para ganhar credibilidade ou atingir públicos distintos.

Por *storytelling*, entende-se que é a arte de contar histórias, uma maneira de utilizar a narrativa para compartilhar informações e experiências dentro da mídia, com fins persuasivos e comerciais. Ou ainda, para levar aquele que está no papel de receptor a comprar algo. Essa técnica se faz presente em muitas campanhas midiáticas com o intuito de seduzir o consumidor (ou leitor em uma visão além do marketing) e passar uma ideia de maneira extraordinária, como o fizeram os últimos políticos norte-americanos e brasileiros, que conseguiram transformar um ato político em histórias que convencem, já que elas mostram apenas o lado positivo do sujeito que fala.

Em artigo publicado em 1 de novembro de 2006, no site *Le Monde Diplomatique*, Christian Salmon aponta que

“segundo a socióloga Francesca Poletta ‘o storytelling desenvolve-se em setores inesperados. Os gerentes devem contar histórias para motivar os operários e os médicos são treinados para escutar as histórias dos seus pacientes. Os repórteres aderiram ao jornalismo narrativo. E os psicólogos à terapia narrativa’.” (2006)

Ainda segundo Salmon, “o sucesso dos blogs oferece um exemplo surpreendente desse entusiasmo pelas histórias”, já que, ao se criar um site ou um blog, o autor pretende muito mais contar a sua própria forma de narrar, do que participar dos grandes assuntos e debates apresentados pela mídia. Contar histórias, baseados em personagens reais, mas sempre com natureza fictícia, nos faz crer naquilo que está sendo dito. Acreditando, pensamos com base no que nos foi falado, e não buscando a ideia original, a lógica proposta por Peirce. Ainda nesse sentido, Santaella nos explica que,

“O homem só conhece o mundo porque, de alguma forma o representa e só interpreta essa representação numa outra representação, que

Peirce denomina *interpretante* da primeira. Daí que o signo seja uma coisa de cujo conhecimento depende do signo, isto é, aquilo que é representado pelo signo. Daí que, para nós, o signo seja um primeiro, o objeto um segundo e o interpretante um terceiro. Para conhecer e se conhecer o homem se faz signo e só interpreta esses signos traduzindo-os em outros signos.” (2003)

Com isso, é possível estabelecer uma relação direta entre interpretante e narrativa, afinal, nosso conhecimento de mundo é baseado, inclusive, por meio das histórias que nos são contadas. Mesmo que a sociedade se desenvolva e crie novas maneiras de se comunicar, é a narrativa uma das principais metodologias que garante a troca de informações e a possibilidade de se conhecer o Outro por meio de outros signos. Exemplificado essa idéia, os novos signos linguísticos (o uso de humor em determinados contextos, por exemplo) garantem a continuidade da criação de novos signos com os quais o homem passa a gerar novas interpretações para os fatos.

É evidente que a narrativa é tecnologia que serve como meio de sobrevivência, e inerente ao homem e, sem ela, não seria possível estabelecer a comunicação, afinal, o que é a notícia senão o contar de uma história? Roland Barthes (1971) defende que “a narrativa está presente em todos os lugares, em todas as sociedades; não há, em parte alguma, povo algum sem narrativa”. Por isso, mesmo em um tom crítico, é possível perceber que o site “Sensacionalista” conversa com o leitor/espectador em seus textos.

Para exemplificar essa técnica, vai se tratar aqui de um terceiro caso. Ele será tomado como base a divulgação dos recentes protestos na USP (Universidade de São Paulo) contra as ações da Polícia Militar (PM) no campus. Nas manifestações, centenas de estudantes protestavam contra a presença da PM nas dependências da universidade. Dentre as ações, uma delas foi a ocupação do prédio da reitoria da Universidade, do dia 2 ao dia 8 de novembro, terminando com a prisão desses estudantes por, entre outros motivos, destruição e depredação do patrimônio público.

No site da Folha, uma notícia publicada em 08/11/2011 as 10h49, trazia a seguinte manchete: “*Invasores da USP terão que pagar fiança de R\$ 1.050, diz polícia*”. No mesmo momento, cerca de algumas horas após a divulgação, o site “Sensacionalista” apresentou a seguinte versão: “*Silvio Santos quer pagar fiança de estudantes da USP: ‘já pedi muita ajuda aos universitários, é hora de retribuir’*”, na categoria entretenimento do site. Ou seja, nota-se que, ao utilizar uma figura midiática muito conhecida pelo grande público (o apresentador Sílvio Santos), o site propôs uma história que, na realidade, nunca aconteceu. Mas, da maneira como o site aborda o

assunto, fazendo uma alusão a um programa existente há alguns anos na grade de programação do SBT (Show do Milhão) e utilizando a foto do próprio apresentador, dialoga com o leitor e cria nele expectativas em relação à veracidade dos fatos, provocando o lado cômico, mas também, utilizando o personagem para conversar com o espectador, já que a identificação é imediata. Se a postagem da notícia fosse feita sem esse personagem, o efeito de crítica, comicidade e reflexão não seriam o mesmo.

Ainda, nesse sentido, o site sensacionalista seduz e encanta seus leitores pelo fato de sempre trazer assuntos de interesse do público em geral com outra abordagem, pois satiriza as notícias da grande mídia. É a história sendo contada novamente, mas de uma outra maneira: uma aventura de descoberta da verdade, que está muito além do dito, ou seja, no não dito, mas sugerido pelos signos dados.

4 – O caminho inverso: On-line influencia Off-line

Muitos portais de programas e veículos que trabalham como a comunicação social (telejornais, revistas, programas de auditório, etc.) funcionam como um complemento do conteúdo já exibido. Muitas vezes, em reportagens televisivas, por exemplo, é citado o site como fonte de maiores informações sobre o assunto abordado. Se a disponibilidade de conteúdo na Internet foi um processo feito após a consolidação dos meios de comunicação tradicionais como o rádio e a televisão, com o site “Sensacionalista” foi diferente.

O site adquiriu um grande sucesso junto ao público, principalmente pela sedução que a leitura dos *posts* proporcionam, pois tratam com humor muitas notícias pautadas pela grande imprensa, jogam com o imaginário dos leitores ao apresentarem fatos muitas vezes impossíveis de acontecerem (Exemplo claro para a postagem “*TVs por assinatura terão que reembolsar clientes por canais com leilão de jóias*”) e permitem a interação, inclusive, pela possibilidade das postagens do site serem incluídas em outros sites de maneira gratuita. A publicidade presente no site só foi possibilitada por essa grande aceitação do público e também pelo grande número de seguidores que o site possui nas redes sociais das quais participa. Além do próprio site, o conteúdo é postado no Facebook e Twitter, por exemplo, em um processo multimídia.

Esse formato de mídia, tratado mais como um suporte para outros veículos do que propriamente uma mídia com características próprias, o site, ganha notoriedade principalmente pelo fato de abordar notícias fictícias relacionando-as com o cotidiano

das pessoas, o que demonstra potencial criativo e inovador. Nesse aspecto, Rosental Calmon Alves, em entrevista ao jornal on-line O Povo, publicada em 21/11/2011, afirma que,

“Na verdade, há hoje um fenômeno, poderia dizer, de destruição criativa. Os modelos antigos estão sendo destruídos lentamente(...).As pessoas não têm que ver esse momento apenas como de destruição de um modelo, mas também como a grande oportunidade de construção de modelos novos. As oportunidades são fantásticas. Quem estiver amarrado com os modelos antigos é que está ameaçado. Mas quem estiver ligado nas vantagens que estão no horizonte, certamente vai dar a volta por cima.”

Mas, partindo do mundo virtual, o site “Sensacionalista” ganhou uma versão televisiva. Ela é apresentada em formato de telejornal tradicional com um modelo de bancada, âncoras e chamadas de matérias, toda segunda-feira as 22h30 no canal pago Multishow. Mas, seguindo a proposta do site, as notícias ainda são de teor inventivo e humorístico e não são reais. As diferenças consistem em algumas oposições entre o site e o programa de televisão. Essas diferenças passam por alguns:

- Custos de produção: O custo de produção do programa televisivo é muito maior em relação ao site. Na TV é preciso equipamentos de áudio e vídeo, local físico para transmissão das notícias, horário reservado no canal de exibição, pago geralmente por publicidade, e presença de repórteres ou jornalistas. No site, é preciso apenas um servidor (computador) para armazenar as páginas e um banco de dados para as notícias.

- Tempo e espaço: No site os delimitadores tempo e espaço são praticamente inexistentes. Isso porque, as notícias podem ser acessadas em qualquer local com acesso a internet e em qualquer horário do dia. Na televisão, as notícias se restringem ao tempo de exibição do programa e a área de abrangência e cobertura do canal em que o programa é veiculado.

- Audiência: A audiência do site “Sensacionalista” na internet atinge muito mais pessoas do que na televisão. Além de serem mais dinâmicas, as exibições em postagens podem ser compartilhadas em diversos aplicativos (como celulares com conexão a internet, por exemplo) e até mesmo em outros sites. Na televisão essa audiência é restrita e, no caso do telejornal “sensacionalista”, atinge poucas pessoas, pois estas precisam de televisão por assinatura.

- Feedback (retorno): O retorno só é permitido por meio do site “Sensacionalista”. É no site, também, que se encontram os feedbacks – retorno do

público em relação ao conteúdo do programa ou em relação a identificação com ele – do programa televisivo. Isso porque, os vídeos apresentados no canal pago também são disponibilizados em rede e, com base no que é dito no site, os programas de TV são pautados.

- Estrutura da notícia: A notícia via site pode ser modificada, complementada relacionada com outras notícias e acrescida de comentários e imagens. Já a notícia no telejornal é feita em um formato de vídeo fechado.

A proposta de levar à televisão uma publicação web mostra que a internet influencia cada vez mais o comportamento dos veículos midiáticos tradicionais. Ao se comparar o formato on-line com o off-line, são visíveis as vantagens do primeiro em relação ao segundo. Mas, no caso do “Sensacionalista”, o programa de TV foi mais uma maneira de experimentação e transformação de um produto que deu certo na internet (por meio de textos) para a televisão (por meio de vídeos).

5 – Considerações

Essa análise do site “Sensacionalista” partiu do pressuposto de que sites/blogs, a princípio, seriam de entretenimento. Eles poderiam apresentar conteúdo crítico com grande abrangência de público, por meio de uma linguagem que todos entendam e um recurso que todos aceitam: o humor. Assim, a informação ganha não só certa dose de prazer de fazer e ler, como uma criticidade mais contundente.

A primeira constatação é que, se para Peirce tudo é um signo, o site também é composto primordialmente de signos lingüísticos. Principalmente, por trabalhar textos postados em uma relação de oposição entre real e fictício, ele tende a neutralizar essa distinção. Essa relação nos faz, antes de qualquer outro método de estudo ou entendimento, buscar uma perspectiva semiótica para ser compreendida. Isso porque, ao se analisar a fundo as matérias postadas, ao se entender a simbologia de conteúdos envolvidos, é possível perceber que, maior do que a estrutura jornalística utilizada nas postagens, é preciso compreender a ironia e o discurso crítico presente em cada matéria. Essa ironia só é percebida ao se enxergar além do que está explícito. A semiótica cumpre esse papel: proporcionar o entendimento e a lógica para além daquilo que se lê ou vê em um primeiro momento.

Claro que essa configuração que relaciona práticas de humor com o jornalismo, já encontradas em veículos tradicionais, foi possível e mais bem disseminada devido à

presença da internet e suas influências diretas sobre o pensamento e o modo de agir das pessoas, que hoje se vêm conectadas em rede e aptas para interagirem com qualquer tipo de informação. Por essa capacidade de interação, somente contando boas histórias é possível garantir um público receptor e o sucesso de uma publicação, já que, por meio dessas histórias, os fatos fictícios são relacionados com os fatos reais. A semelhança de personagem, por exemplo, é o principal recurso do site para essa associação.

A estrutura do site segue os modos de postagens tradicionais em relação à forma (texto curto e imagem). Mas, em relação ao conteúdo, são encontradas sátiras de notícias verdadeiras na grande mídia, mas com outra significação no blog. Portanto, pode-se afirmar que estimular o pensamento é uma das propostas do site. Se a internet é um território de infindáveis informações, que poderiam ser utilizadas para reflexão e questionamento do homem sobre suas crenças e seus hábitos, ela ainda não consegue atingir esse patamar, pois, segundo Santaella, que nos expõe das teorias peirceanas,

“nosso pensamento, de uma forma ou de outra, em maior ou menor grau, está inexoravelmente preso aos limites da abóbada ideológica, ou seja, das representações de mundo que nossa historicidade nos impõe”

Portanto, além de um grande site de entretenimento, que relaciona humor ao jornalismo, com os fatos narrados por meio de uma estrutura jornalística, a inovação de conteúdo, a proposta crítica, a interação com o público e a disponibilidade em rede, o “Sensacionalista” é, antes de tudo, um grande exercício prático de semiótica como ação dos signos.

Referências

Artigo “**Comunidades de blogs e espaços conversacionais**” - de Alex Primo e Ana Smaniotto - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/insanus.pdf>

Artigo “Henri Bergson – O Riso – Ensaio sobre o significado da comicidade”

Disponível em:

<http://www.factivel.com.br/blog/henri-bergson-o-riso-%E2%80%93-ensaio-sobre-o-significado-da-comicidade/>

Alves, Rosental Calmon. **O novo ecossistema da mídia**. Entrevista ao jornal on-line O Povo, publicada em 21/11/2011.

Disponível em:

<http://www.opovo.com.br/app/opovo/paginasazuis/2011/11/21/noticiapaginasazuisjornal,2338785/o-novo-ecossistema-da-midia.shtml>



BARTHES, R. **Análise Estrutural da Narrativa**. Petrópolis, Vozes, 1971.

BERGSON, H. **O Riso - Ensaio Sobre a Significação da Comichão**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede**. São Paulo, Paz e Terra, 2007.

FREUD, S. **O humor** [1927]. In: O futuro de uma ilusão e outros trabalhos. Rio de Janeiro: Imago, 1996

JENKINS, Henry, **Cultura da convergência**, Aleph, 2009.

MACIEL, Luís Otávio. **Peirce e a Semiótica**. Disponível em: <http://www.paradigmas.com.br/parad12/p12.5.htm>

NARDI, BONNIE; SCHIANO, DIANE; GUMBRECHT, MICHELLE - **Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?** In: CSCW '04: Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work, 2004. ACM

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e Filosofia**. Trad. Octanny S. da Mora e Leônidas

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers**. Cambridge. MA: Harvard University Press. 1958

SALMON, CHRISTIAN “**A máquina de fabricar histórias**”, Publicado em 01-11-2006
Disponível em:
<http://diplomatie.uol.com.br/acervo.php?id=1934&PHPSESSID=5d19270515400b6f5f480f5c9ce136e3>

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. 19ª reimp. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos: Como as linguagens significam as coisas**. 2ª Ed. São Paulo: Pioneira, 2000

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneir